UNIDAD 1: FUNDAMENTOS DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS

1. ENTENDER TUS NECESIDADES Y OBJETIVOS

Te animamos a que empieces este proceso comprendiendo tus necesidades para determinar tu objetivo.

Tu objetivo de organización

Supongamos que, como organización, quieres llegar a 50 familias y ayudarlas con libros de texto u otros materiales escolares básicos en el plazo de un año, porque una de las misiones de tu organización es la "educación inclusiva".

Este es tu macro objetivo. Tienes que ajustar el resto de tus actividades a dicho objetivo. Si empiezas a trabajar en otras cosas durante el año, probablemente no puedas cumplir la misión de tu organización.

Plantéate: ¿es esta tarea extra algo que encaja en mi macro objetivo de organización?

Para hacerlo mejor, deberías hacer un pequeño plan antes de que empiece el nuevo año (te sugerimos que siempre hagas planes según el año natural, ya que será más fácil).

¿Cómo? Haciendo una estimación aproximada de lo que esperas según la acción.

1. Anota cuánto esperas gastar en TODOS los gastos (administrativos, de programación, de recaudación de fondos).
2. Anota cuánto esperas ingresar de fuentes garantizadas y comprometidas (promesas de campaña, subvenciones gubernamentales, subvenciones privadas, fundaciones) en el próximo año.
3. Calcula el total que necesitas recaudar restando los ingresos garantizados (#2) del total de gastos (#1). Esta es la cantidad que necesitas recaudar en otros tipos de actividades de recaudación de fondos durante el próximo año natural.

	GASTOS ORGANIZATIVOS	RECAUDACIÓN DE FONDOS PREVISTOS SEGÚN LA FUENTE	SUBTOTALES
Administración	15.000€	0	-15.000
Recaudación de fondos	4.000€	15.000€	9.000
Campaña en redes sociales	1.500€		
Diseñador gráfico	1.000€		
Copywriter/responsable de las redes sociales	1.500€		
Proyecto de fondos públicos #1	2.000€	30.000€	28.000€
Fondos de fundaciones #2			
Etc.			

Objetivos de recaudación de fondos

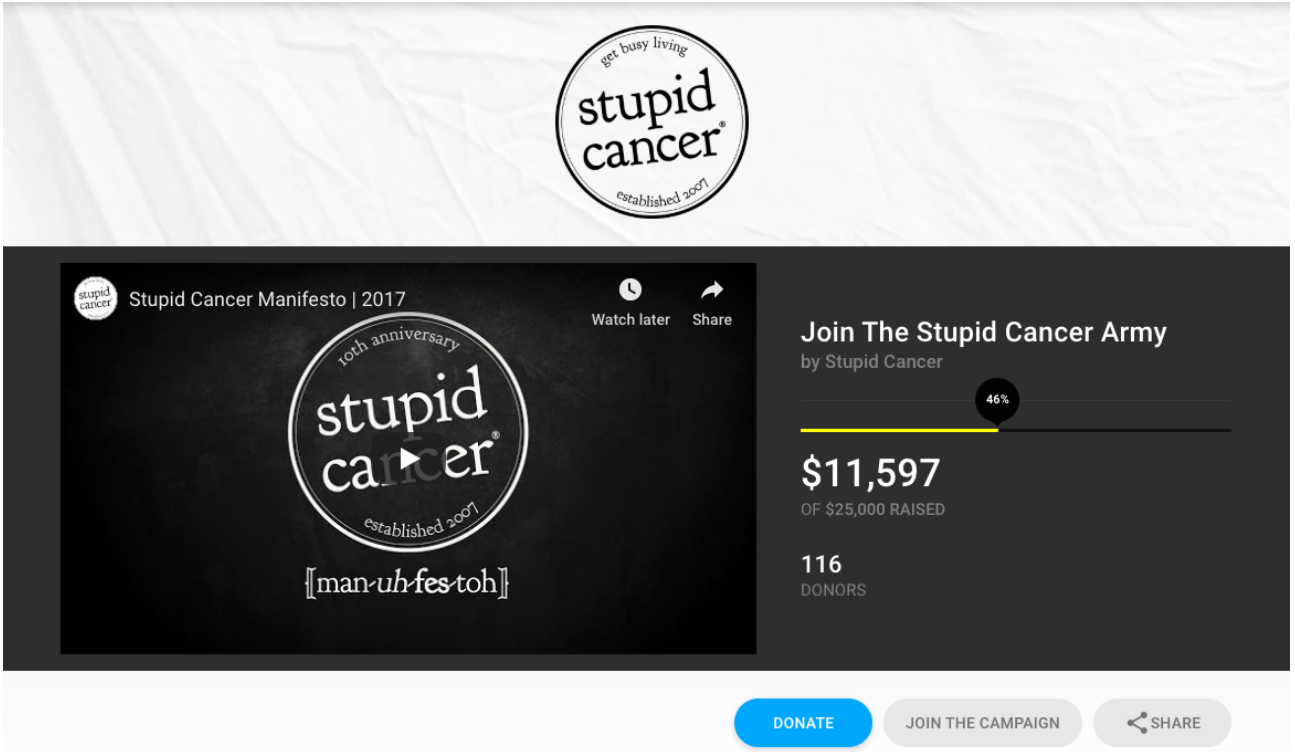
Como puedes ver en la tabla anterior, debes establecer diferentes micro objetivos para cada actividad de forma que sean SMART (inteligentes): específicos, medibles, procesables, realistas y limitados en el tiempo. Es necesario que apuntes alto con estos objetivos, pero asegúrate de que son realistas dentro del plazo que tienes.

Estos objetivos estratégicos de menor envergadura alimentarán directamente tu objetivo organizativo. Por ejemplo, si quieres esperar una determinada cantidad como recaudación de fondos públicos, tienes que asegurarte de que hay una persona a tiempo completo o a tiempo parcial trabajando al respecto, o una persona de tu equipo tiene que formarse para llevarlo a cabo durante el próximo año. Así que, ¿qué eliges?

Digamos que quieres aumentar la recaudación de fondos de los donantes. Entonces necesitas tener una lista más amplia de donantes o necesitas ajustar los donativos que pides, o necesitas participar en más plataformas *online*. ¿Qué crees que puede ser mejor?

Pon estos objetivos en orden de prioridad: ¿cuáles tienen más impacto y a cuáles deberías dar prioridad? Estamos seguros de que querrás hacerlos todos, pero recuerda que este plan consiste en centrar tus esfuerzos en lo que más importa (tu cuenta de resultados).

Empezando a lo grande (tu objetivo organizativo) y trabajando hacia abajo (tus micro objetivos), tienes una importante idea de lo que necesitas lograr a lo largo del año para tener éxito.



Este es un ejemplo de una campaña de recaudación de fondos con un "micro objetivo" de Stupid Cancer: una campaña como esta puede tener su propio objetivo que te ayudará a alcanzar tu objetivo organizativo.

2. ESTUDIAR LAS TENDENCIAS DE RECAUDACIÓN DE FONDOS ANTERIORES

Si no sabes dónde has estado, ¿cómo vas a saber dónde tienes que ir? Es posible que hayas escuchado este dicho alguna vez, y realmente es cierto cuando se trata de la recaudación de fondos.

En este sentido, si nunca has hecho recaudación de fondos, lo que puedes hacer es, al menos, saber cuáles son tus donantes potenciales y a quiénes te vas a dirigir. Si ya has hecho recaudación de fondos o lo has intentado, es bueno tener una visión crítica de ello.

Por lo tanto, lo que sugerimos como segundo paso es hacer una comparación con el año anterior. Sugerimos que mires:

- Los gastos de llevar a cabo la actividad (incluyendo el tiempo del personal y de los voluntarios)
- Los ingresos que has tenido (como transferencias bancarias, visibilidad social, donantes)
- Otros datos (por ejemplo, la creación de redes, etc.)

De este modo, podrás entender si vale la pena repetir o no.

Recuerda cubrir TODAS las fuentes de ingresos en la hoja de cálculo. Sólo para resumir:

- Todas las donaciones individuales
- Los patrocinios de empresas
- Subvenciones
- Venta de artículos o servicios/alquiler de equipos

Pongamos un ejemplo:

Actividad específica de recaudación de fondos	Gastos	Cantidad recaudada	Tiempo del personal/voluntarios	Notas
Semana de la Salud	100	3.000	1 semana: todos los días por la mañana 3 voluntarios	- Incrementa la exposición -

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

e-patterns

Proj.no: 2019-1-FI01-KA204-060827

3. ENUMERAR TUS RECURSOS

Ahora ha llegado el momento de determinar tus recursos de forma organizada.

Para empezar, responde estas preguntas:

- ¿Cuánto personal puede dedicar su tiempo a la recaudación de fondos?
    - ¿Cuánto tiempo pueden dedicar cada semana?
- ¿Dispones de una plantilla de voluntarios para ayudar en las tareas de recaudación de fondos?
    - En caso afirmativo, ¿cuántas horas semanales suman todos los voluntarios?
- ¿Tienen los miembros de la junta directiva que recaudar fondos en nombre de la organización?
    - Si es así, ¿cuántas horas a la semana puedes esperar que dediquen?
- ¿Cuál es tu presupuesto anual de recaudación de fondos, incluidos los gastos de marketing?

A continuación, organiza tus conclusiones utilizando esta lista de comprobación en una hoja de cálculo o tabla similar a la que se proporciona a continuación:

- Enumera cada persona del personal y la cantidad de tiempo que puede dedicar a la semana.
- Anota el número medio de voluntarios y su compromiso semanal previsto.
- Esboza tu presupuesto anual de recaudación de fondos, incluyendo el tiempo del personal, la recaudación de fondos y otros gastos.

Personal	Horas/semana
Nombre/apellidos	
Voluntarios	
Total	

4. DEFINIR LAS ESTRATEGIAS PARA EL AÑO

Las estrategias se refieren a la forma en que se van a alcanzar los objetivos de recaudación de fondos, es decir, las actividades que se llevarán a cabo para ayudar a alcanzar cada objetivo.

Lleva algo de tiempo, pero será estupendo tener un objetivo específico, como:

Objetivo: Aumentar el número total de donantes en un 5%.

- Estrategia: Organizar una gran recaudación de fondos por trimestre y una pequeña recaudación por mes.
- Estrategia: Planificar una campaña de recaudación de fondos de igual a igual para adquirir nuevos donantes *online*.
- Estrategia: Utilizar los anuncios de Facebook e Instagram para dirigir a un público específico *online* a nuestra página web de recaudación de fondos.

Objetivo: Aumentar el tamaño medio de las donaciones en un 3%.

- Estrategia: Crear niveles de donación e incorporarlos a todas las recaudaciones de fondos *online*.
- Estrategia: Pedir a los donantes regulares que aumenten las donaciones.
- Estrategia: Dirigirse a donantes puntuales para una campaña de donaciones recurrentes.

5. CREAR UN CAMINO HACIA ADELANTE

Para elaborar un plan de recaudación de fondos, debes reunir los diferentes objetivos, estrategias y recursos que se indican a continuación. En este sentido, como punto de partida, puedes rellenar la siguiente tabla:

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la acción de recaudación de fondos
Semana de la Salud</td></tr>
<tr><td colspan="3">Audiencia
Población local y usuarios de las farmacias</td></tr>
<tr><td>Cuándo

1-6 febrero 2021

10-13 cada día</td><td>Gastos estimados

150€
Material de formación (papeles, bolígrafos, identificadores, etc.)
Cajas de recogida
Desayuno para cada voluntario
Seguros diarios
Anuncios en Facebook</td><td>Objetivos de recaudación previstos

500 cajas de medicamentos para donar</td></tr>
<tr><td>Quién
3 Voluntarios</td><td>Plan de comunicación

1-7 enero: contactar con las farmacias
8-24 enero: contactar con los voluntarios
25-31 enero: formar a los voluntarios</td><td>Obstáculos
Falta de compromiso: añadir presupuesto en Facebook
Demasiado poco tiempo: considera la posibilidad de contratar a una persona más en el personal</td></tr>
<tr><td colspan="3">Notas adicionales
Contactar con las farmacias para acoger a los voluntarios antes de la primera semana de enero.
Utilizar las redes sociales para hacer publicidad para reclutar voluntarios entre la segunda y la tercera semana de enero.
Formar a los voluntarios en la cuarta semana de enero.</td></tr>
</table>

De hecho, una sugerencia es utilizar algunas herramientas de gran valor como Trello o Tasks para asignar tareas a tu equipo y comprobar cómo lo está haciendo cada uno.